

**Kecenderungan Product Placement pada Tayangan Sinetron di
Televisi**

(Analisis Isi pada Sinetron Orang Ketiga di SCTV)



Disusun Oleh:

Galih Hayu Latifa

201210040311248

Dosen Pembimbing:

Widiya Yutanti, MA.

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2019

KECENDERUNGAN PRODUCT PLACEMENT PADA TAYANGAN SINETRON DI TELEVISI

(Analisis Isi pada Sinetron Orang Ketiga di SCTV)

Diajukan Oleh :

GALIH HAYU LATIFA

201210040311248

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, *Selasa* / 16 Juli 2019

Pembimbing I

Widiya Yutanti, MA.

Pembimbing II

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.

Wakil Dekan I



Dr. Dyah Estu Kurniawati M,Si

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi

M. Himawan Sutanto, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

GALIH HAYU LATIFA

201210040311248

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS


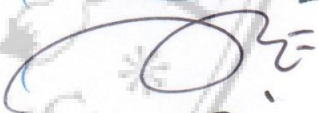
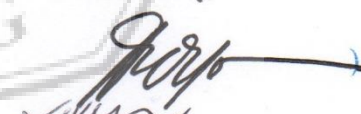
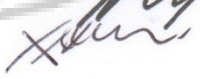
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Pada hari Selasa, 16 Juli 2019

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Sugeng Winarno, M.A. ()
2. Arum Martikasari, M.Med.Kom. ()
3. Widiya Yutanti, S.Sos, M.A. ()
4. Frida Kusumastuti, M.Si., Dr. ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Dyah Estu Kurniawati M.Si

**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

SKRIPSI/~~TESIS~~/~~DISERTASI~~ DENGAN JUDUL:*)

Kecenderungan Product Placement dalam Tayangan Sinetron di Televisi (Analisis Isi
pada Sinetron Orang Ketiga di SCTV)

Oleh:

Nama : Galih Hayu Latifa

NIM : 201210040311248

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi.

Menyetujui,

Malang, 4 Juli 2019

Pembimbing I/~~Promotor~~

Pembimbing II/~~Promotor~~

Widiya Yutanti, S.Sos, M.Si
NIP 10303090396

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si
NIP 10393090298

(*) Coret yang tidak perlu

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Galih Hayu Latifa
Tempat, tanggal lahir : Trenggalek, 17 Mei 1994
Nomor Induk Mahasiswa : 201210040311060
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) dengan judul:

KECENDERUNGAN PRODUCT PLACEMENT DALAM TAYANGAN
SINETRON DI TELEVISI (ANALISIS ISI PADA SINETRON ORANG KETIGA DI
SCTV)


adalah bukan karya tulis ilmiah (skripsi) orang lain,, baik sebagian ataupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 4 Juli 2019













Yang Menyatakan,




Galih Hayu Latifa

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Galih Hayu Latifa
2. NIM : 201210040311248
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Kecenderungan Product Placement dalam Tayangan Sinetron di Televisi (Analisis Isi pada Sinetron Orang Ketiga di SCTV)
6. Pembimbing : 1. Widiya Yutanti, S.Sos, M.A.
2..Dr. Frida Kusumastuti, M.Si


Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing I	Paraf Pembimbing II
29-01-2019	Acc Judul Dosen Pembimbing I, II		
29-03-2019	Acc Proposal Dosen Pembimbing I, II		
10-04-2019	Lanjut Bab IV dan Penelitian		
3-07-2019	Acc Bab IV, V, VI Pembimbing I		
4-07-2019	Acc Bab IV, V, VI Pembimbing II		
4-07-2019	Acc Abstrak Pembimbing I, II		


Malang, 4 Juli 2019

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


Widiya Yutanti, S.Sos, M.A


Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT karena telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan memberikan kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yaitu skripsi ini tanpa suatu halangan yang menyulitkan di dalamnya. Salam dan shalawat semoga selalu terucap kepada Rasulullah Muhammad SAW. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang Kecenderungan Product Placement pada Tayangan Sinetron di Televisi (Analisis Isi pada Sinetron Orang Ketiga di SCTV). Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini mendapat banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Karena tanpa bantuan serta dukungan dari semua pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu perkenankan peneliti menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Fauzan, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Bapak Drs. Rinekso Kartono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang
3. Bapak M. Himawan Sutanto, M.Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
4. Ibu Widiya Yutanti, MA. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dr. Frida Kusumastuti, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan

waktunya dalam memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.

5. Seluruh jajaran tenaga pengajar Prodi Ilmu Komunikasi yang telah mengajarkan banyak ilmu kepada peneliti selama kuliah di Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Terimakasih untuk jajaran tenaga Kantor Prodi Ilmu Komunikasi beserta Partimer yang selalu memberikan banyak informasi.
7. Kedua orangtua tersayang, Ayah Agung Sungkowo Hadi Alm. dan Mama Eny Juningsih yang telah berbesar hati membesarkan, mendidik, dan mengantarkanku hingga dapat menjalani kehidupan yang bahagia, salah satunya menempuh pendidikan S1 di Universitas Muhammadiyah Malang. Terima kasih atas segala cinta dan kasih sayang yang tiada lelah diberikan kepadaku, doa-doa yang tak pernah putus untuk dipanjatkan, serta motivasi dan dukungan yang selalu diberikan sehingga aku bisa meraih mimpi-mimpi, salah satunya menyelesaikan pendidikan, mendapat pekerjaan yang aku inginkan. Mama, aku bisa melangkah sejauh ini adalah berkat doa dan dukunganmu. Terima kasih banyak, semoga Allah SWT menyayangimu di dunia dan akhirat melebihi engkau menyayangi ketiga anakmu, begitu pula doaku untuk Ayah. Tiada hal yang bisa setara menjadi balasan atas segala jerih payahmu demi ketiga anakmu ini selain kebaikan dari Allah SWT. Meski begitu, aku melakukan yang terbaik agar kau bahagia dan sehat selalu.
8. Kedua saudari peneliti, Mbak Yuharrani Aisyah dan Adek Fitria Yunta Rosada yang tengah sama-sama berjuang meraih gelar S1 di bidang masing-

masing. Semoga kita bertiga bisa selalu membahagiakan Mama dan Ayah ya, bisa mendapatkan apa yang kita ingin dan butuhkan, terhindar dari putus asa. Terima kasih atas bantuan dan dukungan kalian atas segala hal di hidupku. Mari terus berjuang berempat bersama Mama untuk meraih mimpi dan kebahagiaan.

9. Lucky dan Koko, terima kasih sudah datang ke kehidupanku. Kalian banyak menemani hari dan malamku, ketika aku kerap sendiri di rumah, mengerjakan pekerjaan dan skripsi. Kalian mengajarkan cinta yang baru dan jarang terpikirkan olehku. Semoga kalian diberi Tuhan kesehatan, kemudahan untuk hidup, dihindarkan dari penyakit dan diberikan panjang umur agar kelak aku bisa mengajak kalian tinggal bersamaku.
10. Ayah, Mama, Mbak Rani, Dek Yunta, Lucky dan Koko adalah sahabat terbaik yang diberikan Tuhan padaku.
11. Kepada teman-teman dan saudara peneliti, yang sedari awal selalu memberikan semangat, bantuan, dan dukungan kepada peneliti, Nuril Laili Azizah, Fany Puspita Rahayu, Wilda Nafilah, Septinurisa, Fahma Yulinda Ekasari. Terima kasih banyak.
12. Teman-teman yang juga sama-sama berjuang menata hidup, terima kasih sudah memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti.

Malang, 16 Juli 2019

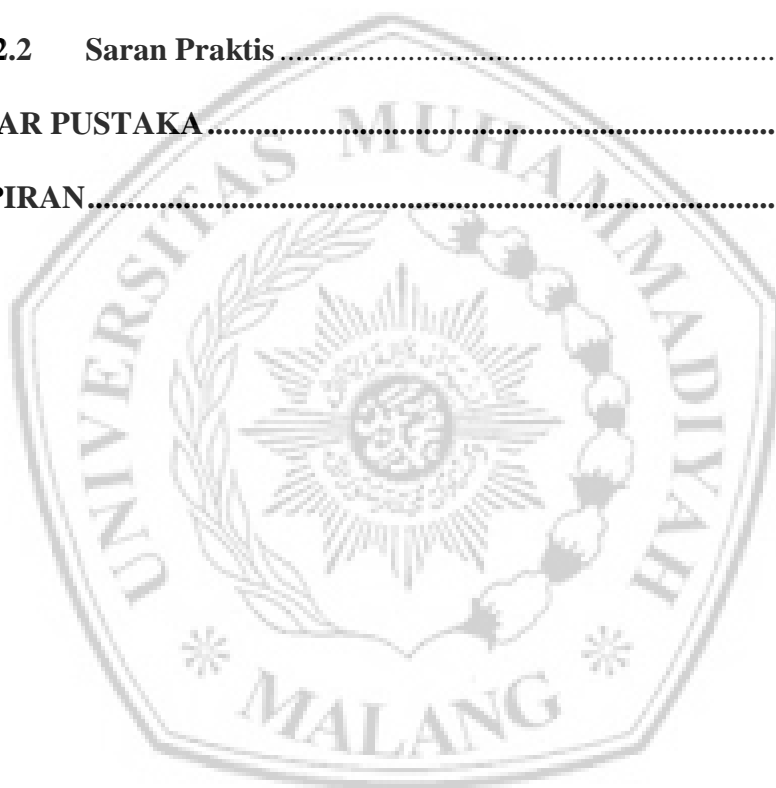
Galih Hayu Latifa

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.1.1 Secara Akademis	6
1.1.2 Secara Praktis.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Komunikasi Pemasaran	8
2.2.1 Tipe Product Placement	11
2.2.2 Keunggulan dan Kekurangan Product Placement	13
2.3 Sinetron	16
2.4 Fenomena Product Placement dalam Konten Hiburan	17

2.5	Teori Agenda Setting.....	18
BAB III METODE PENELITIAN		20
3.1	Pendekatan dan Dasar Penelitian	20
3.2	Tipe Penelitian	20
3.3	Ruang Lingkup Penelitian	21
3.4	Unit Analisis dan Satuan Ukur	21
3.5	Struktur Kategorisasi.....	21
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.7	Teknik Analisis Data	24
3.8	Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	24
BAB IV DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN		26
4.1	Profil SCTV.....	26
4.1.1	Sejarah Singkat	26
4.1.2	Visi dan Misi	27
4.2	Profil SinemArt.....	28
4.2.1	Sejarah Singkat	28
4.3	Sinetron Orang Ketiga.....	29
4.3.1	Sinopsis.....	29
4.3.2	Pemain Inti.....	30
BAB V PENYAJIAN DAN ANALISA DATA.....		32
5.1	Uji Reliabilitas	33
5.2	Penyajian Data.....	38
5.3	Analisis Data	40
5.3.1	Kategori <i>Implicit Product Placement</i>	40

5.3.2	Kategori <i>Used in Scene</i>	44
5.3.3	Kategori <i>Integrated Explicit Product Placement</i>	47
5.4	Diskusi Temuan dengan Teori	47
BAB VI PENUTUP		51
6.1	Kesimpulan	51
6.2	Saran.....	53
6.2.1	Saran Akademis	53
6.2.2	Saran Praktis	53
DAFTAR PUSTAKA.....		54
LAMPIRAN.....		57



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Pemain Inti Sinetron Orang Ketiga	30
Tabel 5.1 Total Expected Agreement Peneliti dan Koder I	34
Tabel 5.2 Total Expected Agreement Peneliti dan Koder II	36
Tabel 5.3 Tabel Frekuensi Kemunculan Berdasarkan Kategori	39
Tabel 5.4 Tabel Frekuensi Kemunculan Berdasarkan Kategori <i>Implicit Product Placement</i>	41
Tabel 5.5 Tabel Frekuensi Kemunculan Berdasarkan Kategori <i>Used in Scene</i>	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo SCTV	27
Gambar 4.2 Logo SinemArt.....	28
Gambar 5.1 Contoh <i>Scene Product Placement</i> Kategori <i>Implicit</i> <i>Product Placement</i>	41
Gambar 5.2 Contoh <i>Scene Product Placement</i> Kategori <i>Implicit</i> <i>Product Placement</i>	42
Gambar 5.3 Contoh <i>Scene Product Placement</i> Kategori <i>Implicit</i> <i>Product Placement</i>	42
Gambar 5.4 Contoh <i>Scene Product Placement</i> Kategori <i>Implicit</i> <i>Product Placement</i>	43
Gambar 5.5 Contoh <i>Scene Product Placement</i> Kategori <i>Used in Scene</i>	45
Gambar 5.6 Contoh <i>Scene Product Placement</i> Kategori <i>Used in Scene</i>	45

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Belch, George E. dan Michael A. Belch. 2003. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective Sixth Edition*. New York: The McGraw-Hill Companies
- Dermawan, Wibisono. 2006. *Manajemen Kinerja Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Krippendorff, Klaus. 1991. *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lane, W. Ronald, Karen Whitehill King, JN Thomas Russel. 2009. *Kleppner's Prosedur Periklanan Edition ke-17 Jilid 1*. Jakarta: Indeks
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Schiffman, Leon G. Dan Kanuk, Leslie Lazar. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Shim, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambhana Komunikasi Terpadu Jilid 1 Edisi Kelima alih bahasa Revyani Sahrial, Dyah Anikasari*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang, dkk. 2011. *Pemasaran Strategik: Perspektif Value-Based Marketing dan Pengukuran Kinerja*. Bogor: IPB Press
- Surya Citra Media, PT Surya Citra Televisi (SCTV). Dikutip 10 April 2019 dari <http://scm.co.id/broadcastings>
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (Penerbit ANDI)
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (Penerbit ANDI)

JURNAL ONLINE

Lestari, Ayu, 2013, "Budaya Menonton Televisi Sehari-hari oleh Ibu Rumah Tangga di Lamongan", *Journal Universitas Airlangga*, Vol 1, No 2, dalam "<http://journal.unair.ac.id/COMN@budaya-menonton-televisi-sehari-hari-oleh-ibu-rumah-tangga-di-lamongan-article-4524-media-137-category-8.html>", diakses 27 Januari 2019

Panda, Tapan Kumar, 2003, "Consumer Response to Brand Placement in Films: Role of Brand Congruity and Modality of Presentation in Bringing Attitudinal Change Among Consumers with Special Reference to Brand Placement in Hindi Films", *South Asian Journal of Management*, Vol 11, No 4, dalam "<http://dspace.iimk.ac.in/handle/2259/550>", diakses 3 Februari 2019

Primalia, Inneke, 2013, "Representasi Product Placement Dalam Film “Habibie Dan Ainun”", *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, Vol 1, No 2, dalam "<http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/issue/view/69>", diakses 27 Januari 2019

SKRIPSI

Putri, Gadis Widiyanti. 2016. Pengaruh Product Placement Terhadap Minat Beli Smartphone Lg Pada Penonton Drama Korea It's Okay That's Love. Skripsi. Tidak Diterbitkan. *Fakultas Bisnis dan Manajemen. Universitas Widyatama*: Bandung.

Sarah, Niken Aulia. 2017. Analisis Sikap Audience Terhadap Product Placement Samsung dalam Drama “Angry Mom”. Skripsi Tidak Diterbitkan. *Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta.

Subari, Fransiska Anita. 2012. Analisa Product Placement dalam Sinetron pada Jam Tayang Utama di Saluran Televisi Swasta Indonesia. Skripsi. Tidak Diterbitkan. *Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Universitas Katolik Parahyangan*. Bandung.

Wahyuning, Ayu. 2017. Analisis Isi Product Placement AirAsia dalam 16 Episode Drama Korea On The Way To The Airport. Skripsi. Tidak Diterbitkan. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*. Yogyakarta.

INTERNET

Facebook Page, *Tentang*. Dikutip 10 April 2019 dari <https://www.facebook.com/pg/SCTV/about/>

Katadata (2017, 27 Juli). *Penetrasi Media Televisi Masih yang Tertinggi*. Dikutip 27 Januari 2019 dari [katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/27/penetrasi-televisi-masih-yang-tertinggi](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/27/penetrasi-televisi-masih-yang-tertinggi)

Puji Astuti HPS (2018, 6 Maret). *Sinetron Orang Ketiga Kembali ke Puncak Rating, Anak Langit Isi Top 3*. Dikutip 27 Januari 2019 dari [liputan6.com: https://www.liputan6.com/showbiz/read/3345848/sinetron-orang-ketiga-kembali-ke-puncak-rating-anak-langit-isi-top-3](https://www.liputan6.com/showbiz/read/3345848/sinetron-orang-ketiga-kembali-ke-puncak-rating-anak-langit-isi-top-3)

RG (2018, 10 Desember). *Buku Hasil Survey Indeks Program TV Periode III*. Dikutip 27 Januari 2019 dari [kpi.go.id: http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34842-buku-hasil-survey-indeks-program-tv-periode-iii?detail3=5213](http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34842-buku-hasil-survey-indeks-program-tv-periode-iii?detail3=5213)

SinemArt, *Sinemart at Glance*. Dikutip 10 April 2019 dari <http://sinemart.com/profile.php>

_____, *Orang Ketiga*. Dikutip 10 April 2019 dari <http://sinemart.com/tv.php?id=293>

Tempo (2005, 3 Maret). *53 Persen Pemirsa Nilai Iklan Televisi Membosankan*. Dikutip 27 Januari 2019 dari [Tempo.co: https://bisnis.tempo.co/read/57418/53-persen-pemirsa-nilai-iklan-televisi-membosankan](https://bisnis.tempo.co/read/57418/53-persen-pemirsa-nilai-iklan-televisi-membosankan)

Wikipedia. *Tukang Bubur Naik Haji: The Series*. Dikutip 27 Januari 2019 dari https://id.wikipedia.org/wiki/Tukang_Bubur_Naik_Haji:_The_Series#Penghargaan

WowKeren (2018, 26 November). *Salah satunya, pemeran 'Orang Ketiga' yakni Marshanda dinobatkan sebagai Pemeran Wanita Terpuji Serial Televisi*. Dikutip 27 Januari 2019 dari [wowkeren.com: https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00233597.html](https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00233597.html)

YouTube. Surya Citra Televisi (SCTV) <https://www.youtube.com/user/SCTVIndonesia>



Program Studi Ilmu Komunikasi
TANDA TERIMA
PLAGIASI

Nama : GALUH HARU

NIM : 202 - 248

Hasil Plagiasi : Bab I	2	%	Bab IV	17	%
Bab II	2	%	Bab V	5	%
Bab III	17	%	Bab VI	5	%

Malang, 4 Juli 2019
Admin Plagiasi Prodi

M. Dasuki

